



1 *Consumer Research*

 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	: 28 SEP 2005
Inventarisasi	: 2789/EM/Hd.9/2005
Klasifikasi	: Rf. 658.834 / Scr / 05
Selesai Diproses :	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

**EVALUASI PENILAIAN KONSUMEN
TERHAADAP STRATEGI PERLUASAN MEREK LG ELECTRONICS
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjan Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :
Auxentius B Suryo Herdiono
NPM : 98 03 10862

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FEBRUARI 2005**

SKRIPSI

EVALUASI PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP STRATEGI PERLUASAN MEREK LG ELECTRONICS DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

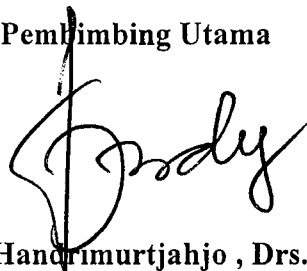
Disusun Oleh:

Auxentius Suryo Herdiono

NPM : 98 03 10862

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



A. Dedy Handrimurtjahjo , Drs., MBM

Tanggal, 16 Februari 2005

SKRIPSI

**EVALUASI PENILAIAN KONSUMEN
TERHADAP STRATEGI PERLUASAN MEREK LG ELECTRONICS
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

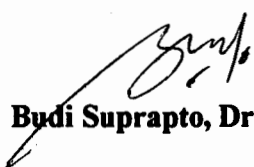
AUXENTIUS SURYO HERDIONO

NPM : 98 03 10862

**Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal 4 Maret 2005 dan
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjan Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

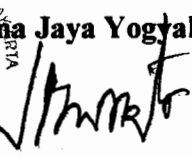
Ketua Panitia Penguji


Budi Suprpto, Drs., PhD

Anggota Penguji


A. Dedy Handimurtjahjo, Drs., MBM


C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

**Yogyakarta 4 Maret 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Dr. FX. Suwanto., Ms

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**EVALUASI PENILAIAN KONSUMEN
TERHADAP STRATEGI PERLUASAN MEREK LG ELECTRONICS
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Februari 2005

Yang menyatakan

Auxentius B Suryo Herdiono

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kasih, atas terang dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "EVALUASI PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP STRATEGI PERLUASAN MEREK LG ELECTRONICS DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA" untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada program studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan penghargaan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas semua anugerah, kasih, dan terang-MU dalam penulisan skripsi ini.
2. Bpk. Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo MBM, selaku Dosen Pembimbing Utama , terima kasih atas saran ,diskusi, bimbingan dan arahnya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Mama Nani dan Papa Yonny... terimakasih atas segala doa, dan kasih sayangnya kepada saya..serta segala dukungannya baik moral,financial,dsb..dan kehidupan yang diberikan kepada saya tidak dapat dinilai dengan apapun.GBU!
4. Untuk kedua adikku , Indra dan Dita untuk doa dan dukungannya, teruslah berjuang ..caiyooo!!
5. Theresia Alim Tyasti...thanks for always supporting in me in everykind of activities and all aspects for being a human...love you al!

6. Derezan's 139 Family: Bu' Nah, Iwan+Sari+Dea, Abdy+Vivi,Catur +Wiwid, Gune+Anna, Michael+Dewi, Felix+Shanty, Bokir, Andre,Arie,Reyno Bonny, Marcel, terima kasih atas cerita baik suka dan duka dalam kehidupan ini.
7. Dan Untuk teman-teman lainnya yang belum tercatat di sini, mohon maaf atas kelupaannya.

Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan positif bagi semua pihak yang membutuhkannya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, sehingga penulis dapat berkarya dengan lebih baik lagi.

Yogyakarta, 12 Februari 2004

Auxentius B Suryo Herdiono

NPM: 98 03 10862

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Lampiran.....	vii
Intisari.....	viii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masaalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Hipotesis.....	6
1.7 Metode Penelitian.....	6
1.7.1 Bentuk Penelitian.....	6
1.7.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	6
1.7.3 Populasi.....	7
1.7.4 Metode Pengambilan Sampel.....	7
1.7.5 Metode Pengumpulan Data	8
1.7.6 Metode Pengukuran Data	8
1.7.7 Metode Pengujian Instrumen.....	8
1. Uji Validitas.....	8
2. Uji Reliabilitas.....	9
1.7.8 Metode Analisis Data.....	10
1. Mean Arithmatika	10
2. chisquare.....	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	12

Bab II Landasan Teori.....	13
2.1 Pemasaran.....	13
2.2 Konsep Pemasaran.....	14
2.3 Merek (Brand).....	15
2.3.1 Pengertian Merek (Brand).....	15
2.3.2 Nilai Merek.....	16
2.4 Perluasan Merek	16
2.5 Strategi Perluasan Merek.....	17
2.5.1 Dimensi Perluasan Merek	17
2.5.2 Prinsip-Prinsip Perluasan Merek.....	18
2.5.3 Jenis Perluasan Merek.....	19
2.5.4 Efek Perluasan Merek.....	20
Bab III Metode Penelitian.....	22
3.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.2 Waktu Penelitian.....	22
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	23
3.4 Metode Pengambilan Data.....	23
3.4.1. Data Primer.....	23
3.4.2. Data Sekunder.....	24
3.5 Metode Pengukuran Data.....	24
3.6 Teknik Pengujian Instrumen.....	25
3.6.1 Uji Validitas.....	25
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.6.3 Metode Analisis Data.....	26
1. Mean Arithmatika.....	26
2. Chi Square.....	26
Bab IV Analisis Data.....	28
4.1 Penjelasan Penelitian.....	28
4.2 Pengujian Validitas Kuisisioner.....	28
4.2.1 Validitas.....	29
4.2.2 Reliabilitas.....	30

4.3	Penilaian Konsumen Terhadap Dimensi Perluasan Merek.....	30
4.3.1	Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Yang Berkaitan Dengan Perluasan.....	31
4.3.1.1	Kualitas Merek Induk.....	31
4.3.1.2	Kualitas Merek Perluasan.....	32
4.3.1.3	Transfer.....	34
4.3.1.4	Komplemen.....	35
4.3.1.5	Substitusi.....	36
4.4	Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Perluasan Merek LG Electronics Berdasarkan Demografi.....	37
4.4.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.4.2	Berdasarkan Tingkat Usia.....	39
4.4.3	Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	41
4.4.4	Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	42
Bab V	Kesimpulan.....	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.1.1	Kesimpulan Berkaitan Dengan Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Yang Berkaitan Dengan Perluasan Merek.....	45
5.1.2	Kesimpulan Berkaitan Dengan Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Perluasan Merek LG Electronics Berdasarkan Demografi.....	46
5.2.1	Jenis Kelamin.....	46
5.2.2	Usia.....	47
5.2.3	Jenis Pekerjaan.....	47
5.2.4	Pendapatan.....	48
5.2	Implikasi Manajerial.....	49

Daftar Pustaka

Lampiran

Daftar Tabel

Tabel 2.1	Strategi Perluasan Merek.....	17
Tabel 4.1	Uji Validitas.....	29
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4.3	Skala Penilaian Konsumen.....	30
Tabel 3.1.1	Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Merek Induk.....	31
Tabel 3.1.1.a	Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Merek Induk.....	31
Tabel 3.1.2	Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Merek Perluasan.....	32
Tabel 3.1.2.a	Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Merek Perluasan.....	33
Tabel 3.1.3	Penilaian Konsumen Terhadap Transfer.....	34
Tabel 3.1.3.a	Penilaian Konsumen Terhadap Transfer.....	34
Tabel 3.1.4	Penilaian Konsumen Terhadap Komplemen.....	35
Tabel 3.1.4.a	Penilaian Konsumen Terhadap Komplemen.....	35
Tabel 3.1.5	Penilaian Konsumen Terhadap Substitusi.....	36
Tabel 3.1.5.a	Penilaian Konsumen Terhadap Substitusi.....	36
Tabel 4.4.1	Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Perluasan Merek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.4.2	Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Perluasan Merek Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.4.3	Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Perluasan Merek Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4.4	Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Dimensi Perluasan Merek Berdasarkan Pendapatan.....	43

**EVALUASI PENILAIAN KONSUMEN
TERHADAP STRATEGI PERLUASAN MEREK LG ELECTRONICS
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Auxentius B Suryo Herdiono

NPM : 98 03 10862

Pembimbing

Dedy Handrymurtjahjo , Drs., MBM

Intisari

Perluasan merek merupakan strategi yang banyak dipilih oleh perusahaan dalam mengembangkan usahanya untuk melempar suatu produk ke pasar, mengingat didukung oleh merek yang kuat (*parent brand*) dan sudah dikenal. Selain itu perluasan merek tidak hanya dapat meningkatkan penjualan tetapi juga dapat menekan resiko-resiko entah itu kegagalan produk, kerugian yang akan diterima bila produk tidak dapat bersaing atau kalah di dalam pasar, ataupun kerugian finansial sebab biaya untuk mengenalkan produk baru ke pasar akan membutuhkan biaya yang cukup besar dan dapat menangkap serta menciptakan pasar yang baru.

Dalam penelitian ini ingin diketahui penilaian konsumen terhadap strategi perluasan merek LG Electronics dan perbedaan penilaian konsumen terhadap variabel pendukung perluasan merek tersebut . Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) survey lapangan dan wawancara, (2) telaah/kajian pustaka , (3) analisis mean aritmatika dan chisquare.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa penilaian konsumen terhadap strategi perluasan merek yang dilakukan LG Electronics adalah baik. Dan berdasarkan analisis penilaian konsumen terhadap dimensi variabel perluasan merek, terdapat pengaruh antara merek induk dan merek perluasan.

Kata kunci : penilaian konsumen, kualitas, transfer, komplemen, substitusi